

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/69450/1513165/aktuelle-studie-stromkunden-wechselbarometer-2-2009-anteil-der-wechselbereiten-waechst-deutlich> abgerufen werden.



Aktuelle Studie "Stromkunden Wechselbarometer 2/2009": Anteil der Wechselbereiten wächst deutlich

16.11.2009 - 17:00 Uhr, YouGov Deutschland AG

Köln (ots) - In den eher trägen Strommarkt gerät Bewegung: Mehr als jeder zweite Stromkunde in Deutschland (53 Prozent) denkt derzeit zumindest gelegentlich über einen Stromanbieterwechsel nach. Seit dem letzten Frühjahr ist das Wechsellpotenzial um mehr als 20 Prozent gestiegen. Besonders die Zielgruppe der 18-30Jährigen wird immer wechsellaffiner. Dies zeigt die aktuelle Erhebung des "Stromkunden Wechselbarometer" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov Psychonomics AG. 1.500 private Stromkunden ab 18 Jahren werden halbjährlich repräsentativ zu ihren Wechselabsichten, zu ihren Anbieter- und Produktpräferenzen sowie zum Entscheidungsprozess beim Anbieterwechsel befragt.

Mittlerweile hat fast jeder vierte Stromkunde (23 Prozent) in Deutschland seinen Stromversorger in den vergangenen drei Jahren zumindest einmal gewechselt. Der Wechsel des Stromanbieters wird für die Bundesbürger damit immer selbstverständlicher. "Die Scheu vor einem Stromanbieterwechsel nimmt stetig ab", sagt Studienleiterin Anna Schneider. "Außer bei Ökostromanbietern, bei denen die Treue ihrer Kunden sogar noch zugenommen hat, ziehen Kunden den Wechsel spürbar häufiger in Erwägung als noch vor einem halben Jahr."

Hauptgrund für den Stromanbieterwechsel stellt nach wie vor dadurch erzielte Einsparungen dar (74 Prozent). Aber auch der Wunsch nach Bezug von Ökostrom wird immer wichtiger: 13 Prozent geben diesen als Grund für ihren Wechselwunsch an. Damit steigt der Anteil im Vergleich zu letzten Welle um über 50 Prozent.

Mit Treueprogrammen, Sponsorings, Kundenkarten, Kundenmagazine u.v.m. versuchen Stromanbieter ihre Kunden zu binden. Dabei zeigt die Studie, dass viele teure Services nur einen sehr geringen Einfluss auf die Kundenbindung haben. "Relativ günstige Aktionen, wie kostenfreie Energiesparlampen, können oftmals mit viel größeren Bindungseffekten aufwarten", sagt Studienleiterin Schneider.

Die komplette Studie "Stromkunden Wechselbarometer 2009", sowie das Highlight "Kundenbindungsservices" (Ausgabe II/2009) mit zahlreichen Differenzierungen nach Anbietergruppen (Großkonzerne, regionale und kommunale Anbieter, Discounter, Ökostrom-Anbieter), nach Bundesländern, nach soziodemographischen und typologischen Merkmalen der Stromkunden ist über die YouGov Psychonomics AG beziehbar.

Weitere Studieninformation finden Sie unter www.psychonomics.de/trade/productview/192 .

Kontakt zur Studienleitung:
YouGovPsychonomics AG
Anna Schneider (Projektmanagerin)
T +49 (0)221 42061-578
E-Mail: anna.schneider@psychonomics.de Über YouGovPsychonomics:

Die YouGovPsychonomics AG ist ein international tätiges Institut für Marktforschung, Organisationsforschung und Beratung mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin und Wien.

Weitere Informationen finden Sie unter www.psychonomics.de .

Pressekontakt:

YouGovPsychonomics AG
Simon Wolf
Berrenrather Straße 154-156
D-50937 Köln

Tel.: +49 0221 / 42061 - 596
E-Mail: simon.wolf@psychonomics.de

Originaltext:

YouGov Deutschland AG

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/69450/yougov-deutschland-ag>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_69450.rss2